

Como hacer competitiva la amazonia colombiana, en el comercio de Turismo de Salud.

**COMO HACER COMPETITIVA LA AMAZONIA COLOMBIANA, EN EL COMERCIO DE TURISMO DE
SALUD.**

SEMINARIO DE GRADO

ANDREA KATERINE GACHA DAVILA

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESPECIALIZACIÓN GESTIÓN Y DESARROLLO ADMINISTRATIVO

BOGOTÁ

2013

Contenido

Objetivo general.....	3
Objetivos específicos.....	3
Justificación	4
1. Marco histórico – conceptual.....	5
1.1 Definición de turismo, salud y turismo de salud.....	5
1.2 La evolución del turismo	6
1.3 Interacción Turismo y Salud	7
2. Diferentes modalidades dentro del Turismo de Salud.....	8
2.1 Turismo saludable	9
2.2 Turismo Medico	9
3. Tipo de medicina a ofrecer de turismo de salud en Leticia Amazonas (Colombia).	10
3.1 Zona de estudio: Leticia Amazonas (Colombia)	10
4. Mercado potencial que demanda turismo de salud en la Amazonia Colombiana.	12
3.1 Analisis DOFA	13
Conclusiones	15

Objetivo general

Señalar un acercamiento conceptual al fenómeno del turismo de salud; en tanto alternativa al turismo convencional en Leticia Amazonas, para competir en el mercado internacional.

Objetivos específicos

- Describir los tipos de medicina a ofrecer de turismo de salud en Leticia Amazonas, Colombia.
- Describir el mercado potencial a ofrecer de turismo de salud en la Amazonia Colombiana.
- Describir el mercado potencial que demanda turismo de salud en la Amazonia Colombiana.
- Identificar los factores de éxito del turismo de salud en la Amazonia Colombiana.
- Identificar las competencias a desarrollar en el comercio de turismo de salud en la Amazonia Colombiana.

Justificación

Colombia por su ubicación geográfica cuenta con ventajas competitivas y comparativas a nivel internacional, pues bien la amazonia es uno de esos tantos lugares que se caracteriza por sus variadas y seductoras riquezas naturales y culturales, aun sin explotar. El campo de la salud y el turismo no es una excepción, estos dos conceptos se complementan formando así el turismo de salud, es decir “actividad del sector, mediante la cual, hoy en día, muchas personas en el mundo viajan de su lugar de origen a otros países para someterse a tratamientos médicos y, al mismo tiempo, conocer los atractivos turísticos de las naciones visitadas”¹ (Colombia).

Según un estudio de turismo médico realizado por la consultora McKinsey, en un rango de 1 a 10, siendo 10 el peor, Colombia obtuvo un puntaje de 6. La brecha respecto a otros países radica en que no todas las instituciones están acreditadas, todavía falta infraestructura, el personal no es bilingüe y la imagen del país aún no es la más favorable.

Siendo la anterior una connotación clara y concisa de las competencias a mejorar, es importante resaltar que contamos con el potencial para llevar a cabo la implementación de un programa que permita brindar los recursos y herramientas que haga posible la competitividad a nivel internacional en el turismo de salud alternativa desde la Amazonia Colombiana. Adicionalmente presentar esta formulación de un modelo de proceso a practicar e implementar en las entidades participantes del turismo de salud en la Amazonia Colombiana; como una opción de desarrollo social y económico sostenible para la región, preservando su cultura y costumbres, considerado patrimonio cultural.

Palabras clave

- Turismo
- Salud
- Turismo de salud
- Termalismo
- Turismo médico
- Leticia, Amazonas (Colombia)

¹ <http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/actividad/atracciones-turisticas-recomendadas-informes-especiales/turismo-de-salud>

1. Marco histórico – conceptual

1.1 Definición de turismo, salud y turismo de salud

Antes de continuar es necesario ampliar algunos conceptos a tratar a lo largo de este ensayo. La OMC define salud como “un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades.”² Una de las maneras de encontrar este bienestar físico, mental, y social, es viajar para descansar, consecuencia natural del derecho a trabajar.

Detrás del turismo de salud se atraen movimientos en el sector económico; en busca de llenar las expectativas de la demanda, se pueden desarrollar ideas de alianzas entre los sectores salud y turismo creando paquetes que incluyan tratamiento médico, hospedaje, alimentación, traslados y recorridos posibles.

Un ejemplo de esta propuesta en pos del beneficio de los turistas, es el programa de salud con plantas medicinales y cuidados tradicionales, que desarrollo la universidad del rosario desde 1987.

“La medicina tradicional latinoamericana, producto de la triple herencia de los indígenas, los negros provenientes de África y los conceptos mediterráneos traídos por los europeos, coincide en proponer un manejo especial de estos eventos importantes en la mujer, en especial con el empleo de plantas medicinales y la aplicación de cuidados que impidan su enfermedad o contribuyan a la mejoría de su salud.

Las pacientes seleccionadas para este estudio retrospectivo estuvieron, entre 1987 y 2005, en la consulta médica del programa en Cota y recibieron la recomendación de plantas medicinales y cuidados tradicionales. La Alcaldía de Cota, el Centro de Investigación en Enfermedades Tropicales de Canadá y el Instituto de Etnobiología ofrecieron su apoyo económico y logístico para el desarrollo del estudio.

Los resultados demostraron que el uso de plantas medicinales y cuidados tradicionales, en forma prudente y bajo la guía médica, conseguían una altísima mejoría en mujeres que padecían alteraciones del ciclo menstrual, cólicos de la menstruación y síntomas molestos durante la menopausia. De esta manera, se ofrecen nuevas herramientas para el cuidado de la salud de la mujer que significa un menor gasto en medicamentos y una mejor forma de aprovechar las plantas medicinales.”³

En este orden de ideas y teniendo en cuenta la diversidad biológica y cultural de la región, confirmamos la oportunidad evidente de implementar un buen proyecto de investigación y desarrollo; que involucre profesionales especializados en cada campo, técnicos y tecnólogos que

² <http://www.who.int/suggestions/faq/es/index.html>

³ <http://www.urosario.edu.co/Universidad-Ciencia-Desarrollo/ur/Fasciculos-Anteriores/Tomo-I---2006/Fasciculo-1/ur/Programa-de-Salud-con-plantas-medicinales-y-cuidad/>

contribuyan a la diferenciación, entregando valor agregado a los visitantes y generando fidelización para posicionarse en el mercado.

1.2 La evolución del turismo

Las formas que fue adquiriendo la actividad turística a lo largo de la historia habitualmente estuvieron asociadas al modo de organización que presentaba la economía en general en cada momento. Según Sergio Molina vale mencionar dos grandes fases evolutivas del turismo las cuales se corresponden con la modernidad, por un lado; y la posmodernidad, por el otro.

De la mano de la modernidad surge la fase industrial o fordiana, alrededor de los años 20 del siglo XX. La misma se fundaba en la línea de montaje de producción en la fábrica y en la integración vertical.

Es por esa época que nace el incipiente consumo masivo, a la par de que se produce una revalorización del tiempo libre, haciendo a un lado la acepción negativa que este detentó durante el medioevo. A esto se le sumó el logro de las vacaciones pagas, la mejoría del transporte y el aumento de las facilidades fronterizas, entre otros factores.

A medida que fue tomando mayor relevancia la actividad turística a nivel global, momento en que dicha actividad fue ingresando en la fase de madures de algunos destinos de Latinoamérica, el Estado comenzó a desarrollar un rol más participativo. Es así que nacen los centros turísticos planificados, los cuales obedecían a una concepción industrial del turismo, un turismo con sesgo fordiano. En diferentes destinos, se reproducían componentes, se imitaban arquitecturas hoteleras, se repetía el ordenamiento del espacio urbano, se copiaban las actividades que se ofrecían a los turistas, las características de la prestación de los servicios. Se apuntaba a un producto estandarizado, a turistas que tenían iguales gustos sin distinguir sus necesidades específicas. En los emergentes destinos latinoamericanos se traspolaban los modelos que se habían instalado en los países desarrollados, y que por lo tanto no respondían a su cultura y los valores de su sociedad.

Con el paso del tiempo, de la mano de la posmodernidad comenzaron a pesar fuerte las discontinuidades del entorno, se produjeron cambios sociales y culturales a gran escala, los cuales pujaron por un cambio urgente del modelo aplicado.

Paralelamente, la globalización trajo consigo un incremento del comercio, un aumento de la circulación de bienes y servicios. Nace de a poco, el modelo de producción flexible, con el que se modificaron las conductas de consumo y la oferta comienza a ajustarse más a la medida del usuario.

El término postfordista hace referencia a esta etapa, caracterizada por la crisis de la producción en cadena, la estandarización y la homogenización; caracteres que fueron reemplazados por criterios de singularidad y especificidad.

En el plano turístico, este proceso se expresó con la crisis del turismo masivo y el nacimiento de nuevas formas alternativas de turismo. Estas nuevas modalidades, pasaron a formar parte de la oferta complementaria del turismo de masas, el cual no ha desaparecido en nuestros días.

Es por entonces que surge el nuevo turismo. En palabras de Sergio Molina, los viajes de placer evolucionaron de distintas maneras⁴:

- Se transformaron desde la práctica de vacaciones convencionales a la búsqueda de nuevas experiencias.
- de largos periodos vacacionales preestablecidos en una época del año a frecuentes vacaciones en un solo año.
- de un viaje con poca actividad y bajo costo, a otro de naturaleza activa con un alto patrón de consumo.
- De vacaciones monotemáticas (horas de sol y playa) a vacaciones multitemáticas y de multiactividad.

La producción flexible o posfordista, tenía el propósito de adaptar los modelos de producción a una demanda más flexible, cambiante y con necesidades y motivaciones diferentes.

A modo de resumen sintético podría decirse que la industria del viaje pasó primero por una etapa se ha denominado prefordista, la cual estaba dominada por un gran número de pequeños negocios familiares, de propiedad y gestión independiente; los cuales disponían de una fuerza de trabajo limitada, que trabajaba largas horas y duplica sus funciones en temporada alta. La siguiente etapa del desarrollo turístico corresponde al sistema fordista, el cual se sustenta en la producción en cadena, la masificación y la existencia de grandes empresas. Con el tiempo, se fueron incorporando innovaciones tecnológicas, aplicándose a un sistema de producción cada vez más flexible, el cual se vio acompañado por nuevas tendencias en el comportamiento de los consumidores, dando lugar a un nuevo turismo: el postfordista. De este modo, los paquetes organizados, estandarizados que tanto caracterizaron al turismo de masas fordista se sustituyeron por formas de viaje más flexibles, enfatizando la diversidad, la individualidad y la autonomía.

1.3 Interacción Turismo y Salud

Tanto el turismo como la salud son dos conceptos que se encuentran estrechamente relacionados; dado que ambos cumplen un rol significativo en la economía de los países y forman parte de la política social a cargo de los gobiernos.

Al analizar las relaciones en cuanto a turismo y salud se deben considerar cuatro grandes rubros:

1. Turismo y salud local
2. Salud ambiental y riesgos del entorno
3. Salud del turista
4. Turismo por razones de salud

⁴ Molina, Sergio. "Fundamentos del Nuevo Turismo". Centro de Emprendimiento e Innovación. México. 2004

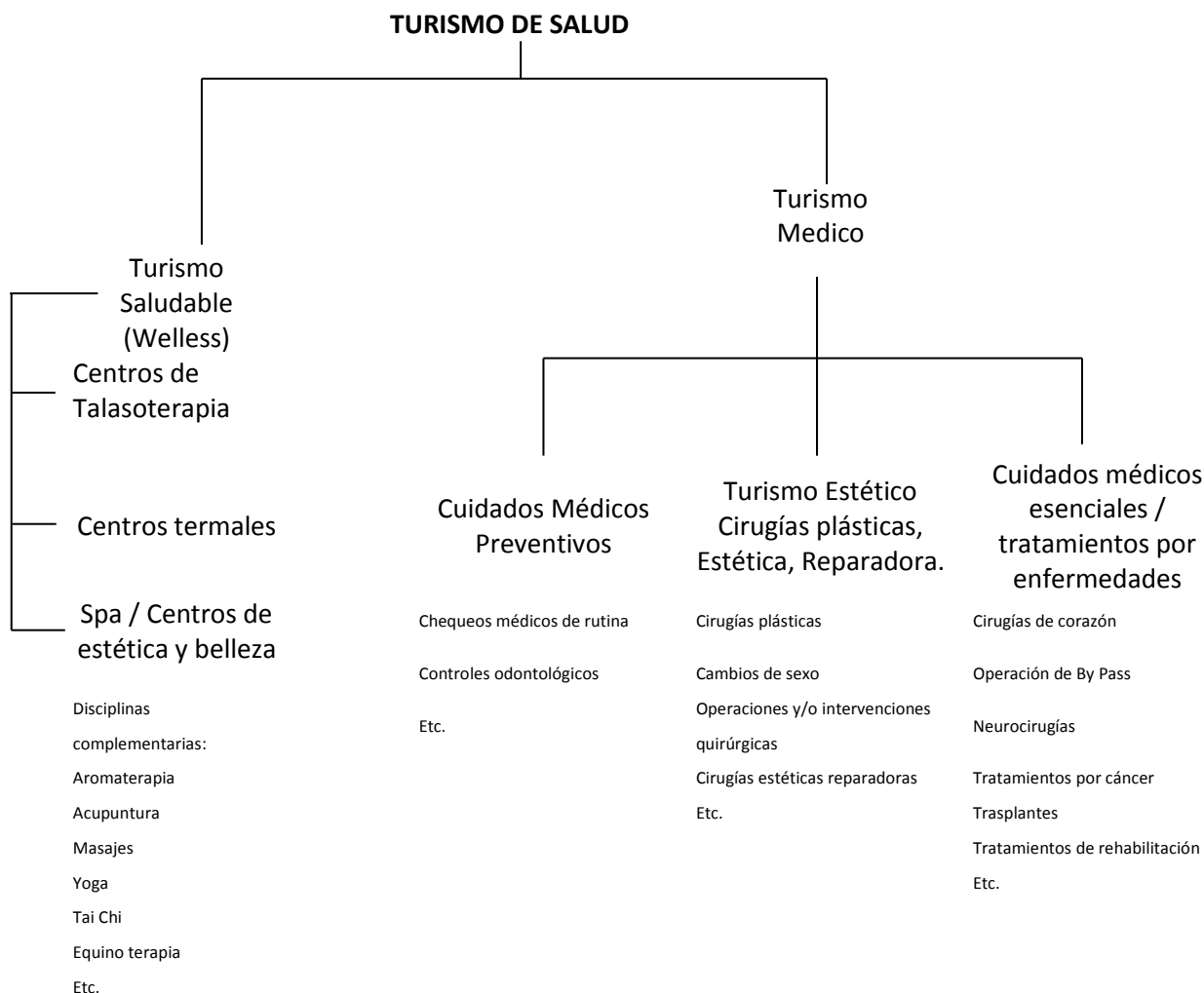
En el primer caso se hace referencia al impacto de la actividad turística sobre la salud de los habitantes de las ciudades con gran afluencia de visitantes. En tanto que con los riesgos del entorno se hace alusión a la seguridad del turista, en la cual influyen las condiciones sanitarias del destino, sumado el entorno propiamente dicho, el agua y los alimentos. En otro rubro, se puede hablar de la salud del turista durante su estadía en un destino distinto de su residencia habitual.

Por ultimo, nos encontramos con el turismo por razones de salud. Es el caso de muchas personas que en busca de su restablecimiento físico y espiritual deciden viajar a otras ciudades para recibir y disfrutar las bondades curativas que ofrece la naturaleza en cuanto a clima, baños de aguas termales, lugares de retiro y aquéllos favorables para lograr un descanso que los libere de las tensiones o el estrés de la vida cotidiana. Es esta última relación sobre la cual haremos hincapié.

En síntesis, los tipos de servicios que demandan los turistas que viajan motivados por razones de salud abarcan todos aquellos que están dirigidos a la recuperación, mantenimiento y prevención de la misma. Dice al respecto Monica Bolis en su documento El turismo de Salud en América Latina y el Caribe de habla Inglesa: “Un turista de salud, por ejemplo, sería alguien que viaja en busca de un servicio club de salud o spa para reducir el estrés, de tratamientos termales o de procedimientos más complejos en un hospital.”

2. Diferentes modalidades dentro del Turismo de Salud

A continuación se delinea un esquema en el cual se pretende sintetizar a grandes rasgos cuáles son las alternativas que abarca el concepto de Turismo de Salud tal cual se lo conoce en la actualidad y con el cual se trabajara en el presente ensayo.



2.1 Turismo saludable

En este se engloban los centros termales, centros de talasoterapia; ambas opciones basan su oferta en tributos naturales que se utilizan por sus efectos positivos para la salud y los spa y centros de estética y belleza. Por último, se incluyen en este subproducto, aquellas disciplinas alternativas que complementan la oferta de servicios.

2.2 Turismo Medico

Dentro de este subproducto, hemos distinguido tres modalidades diferentes en virtud de cuales sean los servicios médicos requeridos. Así, podemos hablar de aquellas personas que procuran servicios médicos a modo de cuidados preventivos; otro caso es el de aquellas personas que buscan realizarse alguna cirugía plástica, sea por cuestiones estéticas o se trate de una cirugía de carácter reparador (turismo estético); por último, identificamos aquellos casos que buscan cuidados médicos mas especializados o tratamientos específicos por alguna enfermedad.

3. Tipo de medicina a ofrecer de turismo de salud en Leticia Amazonas (Colombia).

A continuación busco, en una primera instancia, realizar un análisis de la oferta de Turismo en Leticia (Amazonas), intentado describir cuáles son los casos que se presentan en la ciudad, cuáles son las características de la misma, entre otras cuestiones. En una segunda instancia, procurare realizar un análisis de la demanda de esta modalidad turística, sin buscar por ello realizar un exhaustivo estudio de demanda, más bien intentando otorgar una visión general de las particularidades que ésta presenta.

Ya sabemos que el Turismo de Salud, como una alternativa al turismo convencional, es una modalidad turística constituida por dos subproductos: las opciones de turismo saludable por un lado, y el turismo medico por el otro. Tanto para el análisis de la oferta, como para el de la demanda, se tendrán en cuenta estos dos subproductos que la componen.

3.1 Zona de estudio: Leticia Amazonas (Colombia)

Ubicada en el trapecio del sur de Colombia, este departamento es uno de los lugares más exóticos del mundo y de mayor atractivo para el turismo ecológico. No en vano es llamado el pulmón del mundo pues cuenta con una amplia reserva natural, con una gran variedad de fauna y flora, y está bañada por el impetuoso río Amazonas.

Altitud: 100 msnm.

Temperatura: 30 grados centígrados

Área del Departamento: 109.665 km²

Población: 67.726 habitantes

Economía: De extracción maderas, pesca, turismo.

Como se llega: Vía aérea o fluvial.

Aéreo: 2 horas

Fluvial: Puertos de Iquitos, en Perú, o Manaos, en Brasil, Río Amazonas.



Etnografía: Gran parte de la población es indígena, de diversas comunidades, entre ellas se distinguen los nukaks, aún nómadas, y los huitotos, yaguas, tucanos, ticunas, camsás e ingas. La cultura occidental a penetrado de la mano de los misioneros y los colonos; estos últimos, atraídos por la riqueza de la región, fundaron algunas pocas ciudades a orillas de los ríos, que hoy son los

puntos de partida para disfrutar toda la belleza que la región ofrece. Mestizos y Blancos (55,16%), Afrocolombianos (2,01%), Indígenas (42,84%)⁵.

“La de Moju es una de las 31 comunidades con las que Natura trabaja (30 en todo Brasil y una en Ecuador), de las cuales 29 le proveen materias primas vegetales, como castaña, andiroba y maracuyá.

En total, 3.235 familias de esos dos países, organizadas en asociaciones o cooperativas, reciben retribución por cuatro vías: venta de materias primas, repartición de beneficios (cuando la empresa utiliza patrimonio genético o conocimientos tradicionales para desarrollar sus productos), pago por uso de su imagen (publicitario, principalmente) e inversión social.

Ese es el modelo que la multinacional paulista –cuyos ingresos netos del año pasado superaron los 2.700 millones de dólares– quiere implantar en Colombia. Con ese objetivo, planea contratar una firma consultora, experta en biodiversidad y desarrollo de cadenas productivas sustentables, para que evalúe diferentes territorios de la Amazonia, a este lado de la frontera”⁶.

La oferta de turismo saludable se complementa con otros tipos de servicios, tales como los centros de salud, estética y belleza, y el caso de los spa. Respecto a este punto, Teresita Van Strate refiere a estas opciones con el término “wellness” de la siguiente manera: “wellness es la combinación de dos palabras inglesas Well been (sentirse bien) y Fitness (Actividad física) por lo tanto se traduce como una manera de sentir bienestar. Los equipamientos de wellness procurar el bienestar del usuario. [...] Estos centros son más conocidos en nuestro país con el nombre de Spas”⁷.

Para el análisis consideraremos solo el caso de los spa. En el mercado existen muchos tipos diferentes de spa, los cuales pueden ser clasificados bajo diferentes maneras, siempre de acuerdo a los productos y servicios que ofrecen a los usuarios. Se ha observado que los mismos se ofrecen de manera independiente, como centros individuales que brindan una amplia variedad de servicios; no obstante, también se ha registrado que en muchos casos se presentan como un complemento de los servicios de alojamiento tanto en hoteles como en apart hoteles.

Por lo tanto, he agrupado en algunas categorías los diferentes tipos de spa que existen en la provincia, a modo de esbozar una tipología a través de la cual se observen cuáles son las características principales de los casos observados el espacio objeto de estudio.

Tipos de Spa

- Spa Urbano: Son aquellos que se encuentran ubicados en plena ciudad y habitualmente son de fácil acceso a los usuarios. Generalmente son muy frecuentados por quienes que desean disfrutar un tiempo de cuidados para su cuerpo como de relajación. Los usuarios pueden permanecer un día, medio día o simplemente algunas horas. Están completamente dedicados a la salud, la belleza y el bienestar; ofrecen servicios simples que van desde un masaje facial, un baño o un masaje corporal hasta una gama de servicios

⁵ <http://www.turiscolombia.com/amazonas.htm>

⁶ <http://www.portafolio.co/negocios/amazonia-colombiana-los-planes-la-brasilena-natura>

⁷ Teresita Van Strate, capacitadora de FEHGRA y de la Sector.

de un día o medio día de duración que incluyen tratamientos faciales, tratamientos corporales, tratamientos de belleza, baños, masajes, tratamientos capilares, tratamientos de salud y bienestar, y en ciertos casos se lo acompaña de ejercicios y programas de personal training. La diferencia principal con los hoteles - spa es que estos no ofrecen servicios de alojamiento.

- Spa de Campo: Presenta casi las mismas características que un spa urbano, en algunos casos con la diferencia de contar con alojamiento para los usuarios. Pero la característica que lo particulariza es la de estar localizado en un medio rural, fuera del área urbana de una ciudad.
- Spa de hotel (Hotel/Apart): Se trata de aquel que está ubicado dentro de un Apart o un Hotel, en el cual ofrece servicios orientados al bienestar, belleza y salud de sus clientes siempre administrados por los terapeutas del lugar. Suele ser un servicio adicional y complementario para sus huéspedes, pero en la mayoría de los casos también está abierto al uso y disfrute de público en general. Habitualmente, esta última opción se suspende en periodos de alta temporada, limitándose el acceso al mismo solo para los huéspedes del hotel.

4. Mercado potencial que demanda turismo de salud en la Amazonia Colombiana.

A grandes rasgos, la Organización Mundial del Turismo define la demanda turística como aquella que esta compuesta por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos. Otros autores, tales como Mathienson y Wall⁸ la definen como *“el numero de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual”*. Por su parte, Jafar Safari⁹ al referir a demanda turística la define como aquella que se *“corresponde con el total de personas que participan en las actividades turísticas, un total que se presenta en el formato de llegadas o salidas de turistas, la cantidad de dinero que se gastan y otros tipos de estadísticas”*. A su vez, este mismo autor detalla cómo se compone la demanda turística:

Demanda efectiva o real: la cual está compuesta por personas que de hecho toman parte en las actividades turísticas. Más específicamente se trata de la cantidad de turistas que se presentan en un momento y un lugar determinado, sumando la cantidad de bienes y servicios solicitados de hecho por ellos en ese lugar durante la permanencia en el destino.

Demanda latente: la cual hace referencia a aquellos aspirantes a compradores. Esta se divide en demanda diferida y demanda potencial.

- Diferida: refiere a aquellos casos en que las personas están dispuestas a participar en las actividades turísticas pero no lo hacen por carecer de conocimientos de apoyo o de acceso a las instalaciones turísticas. Aquí se evidencia cierta incapacidad por el lado del sector de la oferta a la hora de suministrar y poner en el mercado sus productos.

⁸ Mathienson, Alister; Wall, Geoffrey. “Turismo. Repercusiones económicas, físicas y sociales”. México, Ed. Trillas 1990.

⁹ Jafar Safari. “Enciclopedia de Turismo”. Madrid, Ed. Síntesis S.A., 2000.

- Potencial: hace mención a aquellas personas que están dispuestas a participar, pero se ven condicionadas por circunstancias sociales y económicas desfavorables para ellos.

A su vez, me parece pareció pertinente definir otros dos conceptos relativos a la demanda como son: el perfil del turista y el de estacionalidad.

- Perfil del Turista:

Considerando alguno de los factores determinantes antes mencionados se puede hablar del concepto de “perfil del turista” con el cual se trata de identificar las características principales de la demanda turística, para poder de esta manera saber qué segmentaciones presenta la demanda global del turismo de salud. Mathienson y Wall, afirman que para poder establecer el perfil del turista se deben considerar dos categorías principales: por un lado, identificar cuáles son las características socioeconómicas de dicho turista; y por otro lado, describir las características de su comportamiento.

1. *Características socioeconómicas del turista:* aquí se deberán apreciar cuestiones tales como la edad, el nivel de ingresos, las experiencias previas; los cuales ejercen cierta influencia sobre las percepciones, actitudes y motivaciones del turista, afectando de tal manera las decisiones que este toma.
2. *Características de de comportamiento del turista:* dentro del proceso de toma de decisiones que realizan los turistas, ejercen un papel primordial las motivaciones, las actitudes, las necesidades y los valores de los mismos

- Estacionalidad

La estacionalidad es una de las particularidades que más caracteriza al mercado turístico. Dicho concepto hace referencia a cierta tendencia que existe a la concentración de la demanda, de los turistas en un determinado tiempo y espacio. De esta manera, surgió lo que se conoce como alta temporada, en la cual se produce la mayor concentración de turistas; y otro periodo de baja temporada, en la cual la recepción de turistas es más reducida. Algunas de las causas de la estacionalidad son la inactividad de las empresas en temporada a, o las vacaciones escolares que generalmente coinciden con la alta temporada, algunos hábitos poblacionales, el clima, motivos vinculados a la reafirmaron de clase: tales como la emulación, la imitación.

3. Identificar los factores de éxito del turismo y las competencias a desarrollar en el comercio de turismo de salud en la Amazonia Colombiana.

3.1 Analisis DOFA

Emplearemos esta herramienta para intentar registrar sistemáticamente el estado de situación actual del Turismo de Salud como modalidad turística en la provincia de Buenos Aires.

Tomando en cuenta que el análisis FODA consiste en “una técnica de síntesis que se emplea para identificar oportunidades potenciales para una empresa, una propiedad u organización como parte de la planificación estratégica, la gestión o el marketing estratégico”¹⁰; en el presente trabajo aplicaremos esta técnica al producto turístico objeto de estudio de manera que podamos brindar una somera descripción de las características actuales del mismo y las fuerzas competitivas que detenta y que existen en el mercado analizado.

¹⁰ Jafar Safari. Op. cit. Pág. 44.

Fortalezas

1. Actualmente se dispone de información acerca de los diversos centros turísticos en todo el país, a través de un inventario elaborado por el Ministerio de Industria, comercio y Turismo en el cual se detallan las características intrínsecas de cada centro, su infraestructura y sus servicios complementarios.
2. La industria del turismo médico, es la atención oportuna de alguna situación en particular.
- 3.
4. Aumento del interés en realizar estudios para certificar la existencia del recursos naturales en nuevas localidades de la capital del Amazonas Colombiano.
5. Inversiones que se han realizado en centros turísticos pequeños de Leticia con el fin de modernizar sus instalaciones y reacondicionar su oferta a las nuevas exigencia de la demanda.
6. Reconocimiento científico de las propiedades terapéuticas y curativas de los frutos y ambiente y sus técnicas de aplicación.

Debilidades

1. Ausencia de una estrategia de desarrollo y crecimiento desde el punto de vista turístico.
2. Obsolescencia de las instalaciones de algunos centros turísticos de Leticia, los cuales demandan inversiones para modernizarlas y adecuarlas a las nuevas necesidades de la demanda.
3. Escasa presencia de algunos de los centros termales en los principales medios de difusión y comercialización.
4. Escasa actividad promocional por parte de los centros turísticos más pequeños de Leticia. (promoción rudimentaria).
5. En algunos casos, la oferta de actividades de esparcimiento, diurna y nocturna, resulta escasa para satisfacer a los diferentes rangos etareos de la demanda.
6. No se desarrollan estrategias de comunicación y posicionamiento frente a la prestación de servicios Spa, por falta de claridad frente al tema.

Oportunidades

1. Resurgimiento de los complejos turísticos: no solo son considerados como instituciones en las cuales se tratan dolencias, sino que comenzaron a ser promovidos como lugares para prevenir enfermedades y preservar la salud.
2. Posibilidad de complementar el turismo saludable con otros productos turísticos para favorecer su comercialización.
3. El turismo saludable se posiciona como una modalidad turística alternativa al turismo convencional, de carácter desestacionalizador.
4. El ritmo de vida urbano actual generó cambios en el comportamiento y las motivaciones de los turistas, quienes propician el retorno hacia modalidades de turismo mas sosegadas, en mayor contacto con la naturaleza, no masivo.
5. Posibilidad de generar nuevas unidades de negocio en los hoteles a partir del turismo saludable, a través de ofrecer servicios de spa, aumentando de esta manera su oferta de servicios.
6. Tendencia de la medicina moderna de utilizar ambientes ecológicos para la prevención y rehabilitación de pacientes.

Amenazas

1. Otros destinos termales poseen mayor diversidad de productos recreativos con el fin de captar otros segmentos de demanda
2. Riesgos de sustentabilidad de los recursos por carecer de una planificación integral adecuada.
3. Degradación de los recursos ecológicos de no tomarse medidas de control y de regulación en el uso y explotación del mismo.
4. Falta de estudios referidos al impacto ambiental en provoca la utilización irrestricta de los recursos naturales.

Conclusiones

La elección de la temática del presente ensayo surge por la curiosidad permanente de indagar sobre las alternativas no convencional de hacer turismo. Teniendo en cuenta que Leticia es un lugar con ubicación estratégica para el mundo y cuenta con las características para desarrollar este tipo de turismo.

Concluyendo lo analizado y descrito a lo largo del desarrollo de este trabajo, logramos establecer qué es lo que abarca el producto turístico de Turismo de Salud en nuestros días. Determinamos que éste, en tanto modalidad alternativa al turismo convencional, está compuesta por dos submodalidades principales: el turismo saludable y el turismo médico.

Teniendo en cuenta que este último presenta importantes particularidades, merece ser contemplado como un fenómeno complejo dentro de las opciones de Turismo de Salud, diferente del resto de las alternativas, las cuales he incluido dentro del subproducto que hemos denominado turismo saludable. Logrando de esta manera, esbozar una definición más amplia, en la cual se contemplen las diferentes opciones que actualmente se asocian a la misma.

Paralelamente, he podido establecer el estado de situación de la modalidad en el caso particular de Leticia Amazonas, identificando los conflictos y las problemática que la misma presenta y debe afrontar.

Estimamos que están dadas las condiciones para un buen desarrollo de esta modalidad dado que la provincia dispone de elementos esenciales que se requieren para impulsar y expandir en buen grado la oferta de Turismo de Salud, en función de que posee un elevado nivel medico e innumerables recursos naturales y turísticos con que complementarlos.

Seria plenamente oportuno aprovechar las tendencias motivacionales que prevalecen en la actualidad y que favorecen el desarrollo de este tipo de maneras de hacer y disfrutar del turismo, en el presente más y más personas se interesan no solo por disfrutar nuevos lugares y espacios, sino también por probar y disfrutar de diferentes formas de turismo, enfatizando en la búsqueda de productos de calidad, un mayor contacto con el medio ambiente natural, u opciones que procuren su bienestar físico, mental y espiritual.